

„Katastrophale Folgen“

Der niederländischen digitalen Wirtschaft droht eine Opt-in-Regelung bei der Cookie-Speicherung

Cookiewet“ – der Begriff klingt für deutsche Ohren eigentlich eher nett. Doch für die niederländische Wirtschaft könnte das „Cookie-Gesetz“, so die Übersetzung des Begriffes, äußerst unangenehme Folgen haben. Im Juni hatten die Abgeordneten des niederländischen Parlaments mehrheitlich dafür gestimmt, dass Website-Betreiber künftig den User fragen müssen, bevor sie ein Cookie auf seinem Rechner speichern. Das Parlament vertritt die Ansicht, dass in den kleinen Dateien personenbezogene Daten enthalten sind. Branchenverbände protestierten vehement gegen diese Entscheidung. Das Gesetz entspreche nicht den Vorgaben der europäischen E-Privacy-Richtlinie, sagte Joris van Heukelom, Vorsitzender des niederländischen Interactive Advertising Bureau (IAB), es könne katastrophale Folgen für die Branche haben.

Über den Entwurf muss noch die „erste Kammer“, der niederländische Senat, abstimmen. Eine vorläufige Anhörung soll am 4. Oktober stattfinden. Offenbar ist es äußerst selten, dass der Senat ein vom Parlament beschlossenes Gesetz abweist. Niederländische Medien rechnen mit einer Umsetzung des Gesetzes Anfang nächsten Jahres.

„Es ist mit drastischen Auswirkungen negativer Art auf die niederlän-



Norman Nötzold von Quisma meint: „Das Gesetz ist nicht ausgereift“

dische Online-Industrie zu rechnen“, schreibt Norman Nötzold in einem Blog-Eintrag. Er ist Technologie-Chef der zur Group M gehörenden Performance-Marketing-Agentur Quisma, die ebenfalls ein Büro in Amsterdam unterhält. Bei den niederländischen Seitenbetreibern und Vermarktern herrsche derzeit hohe Unsicherheit. Unklar ist ebenfalls, ob ausländische Firmen, die in den Niederlanden aktiv sind, ebenfalls nach dem Opt-in-Prinzip verfahren müssten. „Wir haben in den Niederlanden derzeit

alle Kampagnen ‚on hold‘ gesetzt“, sagte die deutsche Vertreterin eines Online-Werbedienstleisters, der auch in den Niederlanden aktiv ist, gegenüber ONEtoONE.

Nötzold hat sich den Gesetzesentwurf genauer angesehen: „Unter dem Strich muss man konstatieren, dass das Gesetz nicht ausgereift ist, denn die vielen offenen Fragen bzw. technischen Details lassen keine klare Umsetzung zu“, schreibt er. Um mögliche Wettbewerbsnachteile zu kompensieren, könnten Branchenvertreter zudem nach anderen Technologien suchen, die schwerer zu kontrollieren seien als Cookies. Und: „Aus Sicht des Users würde eine korrekte Umsetzung sämtlicher Anforderungen durch alle Beteiligten das Surfen auf den entscheidenden Seiten unzumutbar machen.“

Die niederländische digitale Wirtschaft will mit einer Selbstregulierung noch das Ruder herumreißen. Im August launchte das IAB eine niederländische Version der Seite „Your Online Choices“, über die die User aus der Cookie-Speicherung aussteigen können. Die beteiligten Unternehmen repräsentierten 75 Prozent des niederländischen Web-Traffics, so der Verband. *re*

» iab.nl, twoqubes.com, youronlinechoices.nl